

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan uraian pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, selanjutnya pada bagian terakhir ini peneliti akan mengemukakan suatu kesimpulan serta saran-saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan dimasa yang akan datang.

#### **V.1. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar merupakan usaha agroindustri Mie basah yang didirikan pada tahun 1962. Usaha ini merupakan usaha agroindustri rumah tangga yang pertama kali memperkenalkan produk mie basah dipekanbaru. Saat ini Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar dipimpin oleh Bapak Martias, SE.
2. Walaupun sudah berdiri sejak lama, hingga saat ini Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar masih tidak melakukan perencanaan serta menetapkan target untuk masa yang akan datang. Hal ini menyebabkan usaha mie basah Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar sulit berkembang.
3. Dalam menjalankan kegiatan operasional, biaya yang dikorbankan Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar dapat diklasifikasikan kedalam 2

jenis, yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Hal ini sesuai dengan salah satu asumsi yang terdapat dalam analisis *break even point*.

4. Berubahnya harga jual, biaya tetap, dan biaya variabel setiap tahunnya sangat mempengaruhi *break even point*.
5. Pendapatan penjualan Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar memang selalu meningkat tiap tahunnya, tetapi pada tahun 2012 penjualan mie basah per unit Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar menurun.

Hal ini mungkin dikarenakan adanya:

1. Menurut Teori

- A. Faktor internal

- 1) Penurunan promosi penjualan.
    - 2) Penurunan komisi penjualan.
    - 3) Turunnya kegiatan salesman.
    - 4) Turunnya jumlah distribusi.

- B. Faktor eksternal

- 1) Perubahan kebijakan pemerintah.
    - 2) Bencana alam.
    - 3) Perubahan pola konsumen.
    - 4) Munculnya saingan baru.

2. Menurut Perusahaan

Menurut bapak **Martias**, penurunan unit penjualan dikarenakan kenaikan harga jual mie basah. Sehingga pelanggan ada yang tidak

mengambil atau membeli. Tetapi seiring berjalannya waktu penjualan kembali kebatas normal. Dan penyebab lainnya adalah adanya tingkat persaingan diantara produsen unit. Biasanya mie yang tidak habis terjual dibeli oleh para peternak untuk makanan hewan ternak dengan harga Rp. 1000 per kilogram,

### 3. Menurut Peneliti

Terjadinya penurunan penjualan dalam unit pada tahun 2012 dikarenakan harga jual yang dinaikkan dan volume produksi mie basah tetap sama dari tahun sebelumnya.

6. *Break even point* yang harus dicapai Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar pada tahun 2010 ialah sebesar Rp. 813.242.561, dan *Break even point* pada tahun 2011 sebesar Rp. 843.021.171. Sedangkan *Break even point* pada tahun 2012 adalah Rp. 824.080.807, dan pada tahun 2013 *Break even point* Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar adalah sebesar Rp. 942.727.331.
7. Meningkatnya penjualan disebabkan tingginya *break even point*. Begitu juga sebaliknya, rendahnya atau menurunnya tingkat penjualan juga disebabkan oleh rendahnya *break even point*. Hal ini dikarenakan adanya pengaruh dari besarnya biaya variabel dan biaya tetap.
8. Besar *break even point* Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar meningkat setiap tahunnya dikarenakan besarnya jumlah biaya variabel yang juga meningkat setiap tahunnya.

9. Rasio operasi dan rasio Laba/rugi Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar selalu berfluktuasi setiap tahunnya. Jika rasio operasi mengalami penurunan maka rasio laba akan meningkat, sebaliknya jika rasio operasi meningkat, maka rasio laba akan mengalami penurunan.
10. Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar tidak melakukan perencanaan ditahun 2014. Peneliti mencoba merencanakan kegiatan operasional UKM. Penjualan yang harus dicapai Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar adalah sebesar 249.072 Kg. Dengan perkiraan biaya variabel sebesar Rp 1.381.789.269 dan biaya tetap operasional sebesar Rp 123.782.050.

## **V.2. Saran**

1. Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar perlu membuat anggaran biaya operasional. Hal ini berguna untuk membantu UKM melakukan pengendalian biaya-biaya yang dikeluarkan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar.
2. Selain itu Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar juga perlu membuat anggaran penjualan dan perencanaan laba terlebih dahulu sebelum periode akuntansi berjalan agar UKM mempunyai target penjualan yang harus dicapai guna memperoleh laba yang diinginkan.
3. Peningkatan harga bahan baku memang tidak dapat dihindarkan, sehingga UKM memang perlu menaikkan harga jual. Akan tetapi UKM juga harus merencanakan jumlah produksi agar tidak banyak mie basah dan biaya

variabel didalamnya yang terbuang, sehingga laba maksimum bisa tercapai.

4. Untuk mencapai target penjualan yang direncanakan, Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar juga perlu menambah anak cabang baik didalam maupun diluar daerah, serta UKM juga perlu meningkatkan promosi produknya agar konsumen mengetahui kualitas dari Mie Musbar.

### **V.3. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan teori BEP dengan perubahan, peneliti membatasi masalah pada tingkat break even untuk merencanakan laba tentang perubahan faktor penentu break even point pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Mie Musbar, karena tingkat break even point untuk merencanakan laba belum dihitung secara terperinci.